

ÍNDICE SISTEMÁTICO

	<u>PÁGINA</u>
Sumario	5
Nota a la primera edición	7
Nómina de autores	11
Unidad didáctica 1. De la idea de negocio al plan de empresa	13
Objetivos de la Unidad	15
1. Introducción	16
2. Características que debe reunir la persona emprendedora y motivos para crear una empresa	17
3. La elección del proyecto: idea de negocio	19
4. Análisis previo de viabilidad de una idea de negocio: algunos conceptos generales relacionados con la financiación y la rentabilidad	21
5. El plan de empresa	24
5.1. Una primera aproximación al plan de empresa	24
5.2. Para qué sirve el plan de empresa	25

5.3. Plan de empresa y viabilidad del negocio	26
5.4. Los elementos de un plan de empresa	28
5.4.1. Proyecto empresarial y presentación de los emprendedores	28
5.4.2. Actividad de la empresa	29
5.4.2.1. El producto o el servicio	29
5.4.2.2. El mercado	30
5.4.2.3. La comercialización del producto/servicio	30
5.4.2.4. El proceso de producción	31
5.4.3. Localización de la empresa	32
5.4.4. Personas que trabajarán en la empresa	32
5.4.5. Financiación	33
5.4.5.1. Necesidades económicas del proyecto: recursos propios, recursos ajenos e inversiones	33
5.4.5.2. Identificación y selección de las fuentes de financiación ajenas al emprendedor: banca, leasing, etc.	34
5.4.5.3. Plan financiero: previsión de tesorería, cuenta de resultados provisional, balance provisional	35
5.4.6. Plan de operaciones o de puesta en marcha	37
5.4.7. Aspectos formales del proyecto	38
5.4.8. Conclusiones del plan de empresa	39
Lecturas recomendadas	42
Referencias bibliográficas	44
Unidad didáctica 2. Viabilidad económico-financiera de la empresa	45
Objetivos de la Unidad	46
1. Introducción	47
2. Gestión presupuestaria	50
3. Fuentes de financiación	54
3.1. Crédito bancario	56
3.2. Descuento comercial	57
3.3. Factoring	57
3.4. Confirming	58

3.5. Préstamos	59
3.5.1. Datos de la operación	59
3.5.2. Terminología empleada	60
3.5.3. Clases de préstamos	62
3.5.3.1. Préstamo lineal	63
3.5.3.2. Préstamo francés	64
3.5.3.3. Préstamo francés con Excel	66
3.6. Leasing	68
3.7. Renting	68
4. La cuenta de resultados	68
4.1. Estructura de la cuenta de resultados	69
5. El presupuesto de tesorería	73
5.1. Concepto y funciones	73
5.2. Estructura del presupuesto	74
 Unidad didáctica 3. Estrategias de mercado y aproximación al marketing	 83
Objetivos de la Unidad	85
1. Introducción	86
2. Segmentación del mercado	88
2.1. Concepto y funciones	88
2.2. Criterios de segmentación	89
2.3. Proceso y estrategias de segmentación del mercado	90
2.3.1. Delimitación del mercado	90
2.3.2. Determinación de los segmentos del mercado	90
2.3.3. Estrategias de segmentación	91
3. Investigación del mercado	92
3.1. Análisis de la situación e investigación preliminar	92
3.2. Planificación y realización de la investigación	93
3.2.1. Objetivos de la investigación de mercado	93
3.3. Interpretación y presentación de resultados	95

4. Marketing	95
4.1. Concepto de marketing	96
4.2. Los elementos de la política de marketing: producto o servicio, distribución, comunicación y precio	97
4.2.1. Producto o servicio	98
4.2.2. Distribución	99
4.2.3. Comunicación en general y sus estrategias e instrumentos ...	101
4.2.3.1. Aumento o generación de la reputación	102
4.2.3.2. Gestión de la calidad	102
4.2.3.3. Publicidad	103
4.2.3.4. Telemarketing	105
4.2.3.5. Imagen corporativa y marca	105
4.2.3.6. Medios escritos	106
4.2.3.7. Promoción de ventas a través de regalos o felicitaciones	107
4.2.3.8. Nuevas tecnologías	107
4.2.3.9. Relaciones públicas	108
4.2.3.10. Comunicación persuasiva	110
4.2.4. Precio	111
4.3. El plan de marketing	112
4.3.1. Objetivo del plan	112
4.3.2. Reglas	113
4.3.3. Proceso del plan	113
Lecturas recomendadas	116
Referencias bibliográficas	122
Unidad didáctica 4. La franquicia: otra forma de crear empresa	123
Objetivos de la Unidad	124
1. Aproximación al mundo de la franquicia	125
2. Concepto de franquicia	128
3. Características de la franquicia	130
4. Ventajas e inconvenientes para franquiciador y franquiciado	132
5. Clases de franquicia	135

6. La elección de la franquicia	136
6.1. El perfil del franquiciado y del franquiciador	136
6.2. Investigar a fondo el negocio	137
7. El know-how	140
8. Los documentos básicos y manuales en la franquicia	141
8.1. Manual de imagen corporativa y de adecuación del local	141
8.2. Manual de procedimientos	142
8.3. Manual económico-financiero	143
8.4. Manual jurídico	143
9. El acuerdo de franquicia. El contrato	144
10. Extinción del contrato de franquicia	147
Lecturas recomendadas	149
Referencias bibliográficas	151
 Unidad didáctica 5. Trámites en la constitución de empresas	153
Objetivos de la Unidad	154
1. Introducción	155
2. Formas jurídicas para crear una empresa	157
3. Trámites de constitución de empresas	157
3.1. Empresario/a individual	158
3.1.1. Eficacia de la limitación de la responsabilidad	158
3.1.2. Publicidad mercantil	159
3.1.3. Publicidad en el Registro de la Propiedad	161
3.1.4. Cuentas anuales del emprendedor individual	161
3.2. Colectividades sin personalidad jurídica: comunidad de bienes y sociedades civiles	163
3.3. Sociedades mercantiles	167
3.3.1. Sociedad colectiva y sociedad comanditaria simple	167
3.3.2. Sociedad de responsabilidad limitada	168
3.3.2.1. Procedimiento presencial	170
3.3.2.2. Procedimiento telemático	173

3.3.3. Sociedad limitada nueva empresa	178
3.3.4. Sociedad anónima	180
3.3.5. Sociedades laborales y sociedades cooperativas	181
3.3.5.1. Sociedades laborales	181
3.3.5.2. Sociedades cooperativas	184
Unidad didáctica 6. Obligaciones fiscales	191
Objetivos de la Unidad	194
1. Introducción	195
2. Trámites de inicio de actividad	196
2.1. Constitución de la sociedad	196
2.1.1. Solicitud del Número de Identificación Fiscal	196
2.1.2. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP y AJD)	197
2.2. Alta en el censo de empresarios y en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	198
2.3. Otros trámites	200
2.3.1. Licencia de obras	200
2.3.2. Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras (ICIO)	201
2.3.3. Licencia de actividades e instalaciones (apertura)	202
3. Obligaciones fiscales asociadas al desarrollo de la actividad	204
3.1. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas	204
3.1.1. Regulación	204
3.1.2. Determinación de la cuota a pagar	204
3.1.3. Pagos fraccionados	215
3.1.3.1. Ámbito de aplicación	215
3.1.3.2. Importe	216
3.1.3.3. Plazo	217
3.1.3.4. Modelos y formas de presentación	217
3.2. Impuesto sobre Sociedades	218
3.2.1. Regulación	218
3.2.2. Obligaciones formales	218
3.2.3. Liquidación del impuesto	219

3.2.4. Pagos fraccionados	223
3.2.4.1. Ámbito de aplicación	223
3.2.4.2. Importe	223
3.2.4.3. Plazos	224
3.2.4.4. Modelos y formas de presentación	224
3.3. Impuesto sobre el Valor Añadido	224
3.3.1. Regulación	224
3.3.2. Liquidación	225
3.3.2.1. Periodo de liquidación	225
3.3.2.2. Plazos	226
3.3.2.3. Modelos y formas de presentación	226
3.3.2.4. Impuesto sobre el Valor Añadido devengado	226
3.3.2.5. Impuesto sobre el Valor Añadido soportado deducible	227
3.3.3. Libros de registro	228
3.3.4. Régimen especial del criterio de caja	230
4. Comparativa Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas e Impuesto sobre Sociedades a través de un supuesto práctico	231
4.1. La actividad empresarial se desarrolla por una persona física	232
4.2. La actividad empresarial se desarrolla por una persona jurídica	233
5. Incentivos fiscales de apoyo a los emprendedores	234
5.1. De ámbito estatal	234
5.1.1. Apoyos fiscales a los emprendedores	234
5.1.1.1. Deducción por inversión en empresas de nueva o reciente creación	234
5.1.1.2. Exención por reinversión en el supuesto de transmisión de acciones o participaciones en empresas de nueva o reciente creación	238
5.1.2. Incentivos fiscales por contratación indefinida de apoyo a los emprendedores: deducciones por creación de empleo	239
5.1.3. Incentivos fiscales para sociedades de nueva creación y para contribuyentes que inicien una actividad económica	242
5.1.3.1. Tipo de gravamen reducido para entidades de nueva creación en el Impuesto sobre Sociedades .	242
5.1.3.2. Reducción del rendimiento neto por inicio de una actividad económica en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas	243

5.2. De ámbito autonómico	245
5.2.1. Comunidad Autónoma de Castilla y León	245
5.2.1.1. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas: deducciones autonómicas para el fomento del emprendimiento.....	245
5.2.1.2. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados: tipos reducidos en la modalidad de transmisiones patrimoniales onerosas y en la modalidad de actos jurídicos do- cumentados.....	247
5.2.2. Comunidad de Madrid	248
5.2.2.1. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas: deducciones autonómicas	248
5.2.3. Comunidad Autónoma de Galicia	249
5.2.3.1. Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas: deducciones autonómicas	249
5.2.3.2. Impuesto sobre el Patrimonio: bonificaciones auto- nómicas	253
5.2.3.3. Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones: reduc- ciones autonómicas	253
5.2.3.4. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados: deducciones auto- nómicas	255
Unidad didáctica 7. Aspectos sociolaborales	257
Objetivos de la Unidad	258
1. Introducción	259
2. El sistema de la Seguridad Social: sujetos incluidos y excluidos	259
3. Regímenes integrantes del sistema de la Seguridad Social	261
3.1. Régimen general	262
3.2. Régimen Especial de Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos (RETA)	263
4. Trámites a realizar para la puesta en marcha de una empresa	270
4.1. Ante la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS)	270
4.1.1. Régimen General	270
4.1.1.1. Inscripción de empresa	270

4.1.1.2. Afiliación al sistema y alta en el Régimen General de la Seguridad Social	272
4.1.2. Régimen Especial de Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos	275
4.1.2.1. Afiliación al sistema y alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos	275
4.2. Ante las Consejerías de Trabajo de las Comunidades Autónomas	278
4.2.1. Comunicación de apertura del centro de trabajo	278
4.3. Ante la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social	278
4.3.1. Modelo de diligencia de actuación de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social	278
Unidad didáctica 8. Casos prácticos de emprendimiento: desde los comienzos hasta la aplicación de las nuevas tecnologías y la internacionalización	281
Objetivos de la Unidad	282
1. Introducción	283
2. Caso práctico número 1. Grupo Gestair: «la búsqueda incansable de nuevas oportunidades y la diversificación de actividades en el emprendimiento» ...	284
3. Caso práctico número 2. La Bruixa d'Or (la Bruja de Oro): «repartir ilusión por Internet»	294
4. Caso práctico número 3. SOFYTEC: «el sistema decisional de gestión de producción orientada al sector de la confección»	297
4.1. La idea	297
4.2. La empresa matriz.....	299
4.3. El entorno y el sector	299
4.4. El proyecto: presente y futuro	300
4.5. Las dificultades	301
4.6. El producto	302
4.7. El equipo	303
4.8. La innovación tecnológica	304
4.9. Aportaciones del Centro Europeo de Empresas e Innovación de Alcoy y el Proyecto de Empresas Innovadoras de Base Tecnológica	305
5. Caso práctico número 4. Can Jordana: «del huerto a casa en un clic»	306

6. Caso práctico número 5. Centro de Estudios Financieros (CEF) y Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA): «génesis del CEF/UDIMA»	309
Referencias bibliográficas	319

